

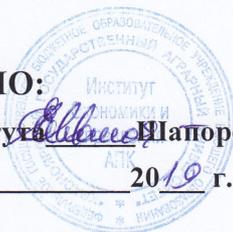
МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт Экономики и управления АПК
Кафедра Логистики и маркетинга в АПК

СОГЛАСОВАНО:

Директор института Шапорова З.Е.

"25" 03 2019 г.



УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Пыжикова Н.И.

"28" 03 2019 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

ФГОС ВО

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(код, наименование)

Профиль Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)

Курс 3

Семестры 5, 6

Форма обучения очная

Квалификация выпускника бакалавр

Красноярск, 2019

Составитель: Бордаченко Н.С., ст.преподаватель кафедры логистики и маркетинга в АПК
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

 «12» 03 2019 г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВОпо направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 6-19 «22» 03 2019 г.

Зав. кафедрой Лукиных В.Ф., д-р экон.наук, профессор
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

 «22» 03 2019 г.

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института Экономский
управленческий АПК протокол № 7 «15» 03 2019 г.

Председатель методической комиссии Бешова ЛА 
(ФИО, ученая степень, ученое звание) «15» 03 2019 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) Менеджмент в ИТ-сфере
(ФИО, ученая степень, ученое звание) Усупов «18» 03 2019 г.

Оглавление

АННОТАЦИЯ	5
1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.1. ТРУДОЁМКОСТЬ МОДУЛЕЙ И МОДУЛЬНЫХ ЕДИНИЦ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.2. СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ ДИСЦИПЛИНЫ.	8
4.3. ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ	8
4.5. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ	10
4.5.1. <i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний</i>	11
4.5.2. <i>Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы</i>	12
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ	13
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	13
6.1. КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ	13
6.2. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ".....	13
6.3. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ	13
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ	15
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	17
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	17
9.1. Методические рекомендации для обучающихся.....	17
9.2. Методические рекомендации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	17
<i>Изменения</i>	19

Аннотация

Дисциплина Б1.В.07 «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» является дисциплиной части Блока 1 Дисциплины (модули), формируемой участниками образовательных отношений по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется в институте Экономики и управления АПК кафедрой Логистики и маркетинга в АПК.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных (ПК-1, ПК-2) компетенций.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с организацией и работой PR-отдела, основными принципами организации информационно-аналитических отделов, PR-отделов, пресс-служб и практическими приемами по созданию отделов данного профиля в организациях разных типов.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: (лекции, практические, самостоятельная работа, консультации).

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и промежуточный контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц (3 зачетных единицы в 5 семестре, и 5 зачетных единиц – в шестом семестре соответственно), 288 часов (103 часов – в пятом семестре и 180 часов – в шестом семестре соответственно).

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (48 часов), практические занятия (66 часов) и 138 часов самостоятельной работы студента, в том числе 14 часов в интерактивной форме.

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.07 «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» является дисциплиной по выбору и включена в ОПОП, в часть блока 1 Дисциплины (модули), формируемой участниками образовательных отношений.

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» являются «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью».

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Реклама и связи с общественностью в деятельности структур агропромышленного комплекса».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

**2. Цели и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
Компетенции, формируемые в результате освоения.**

Целью изучения дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» является: формирование фундаментальной компетентности студентов в области организации работы отделов рекламы и PR и практической готовности к осуществлению профессиональных функций в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

- раскрыть содержание теоретических основ организации деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;
- сформировать базовую систему знаний о работе руководителя отдела рекламы и связей с общественностью;
- сформировать практические навыки исследований, планирования, бюджетирования, подготовки и контроля эффективности мероприятий;
- формировать личностную психологическую направленность, ценностные гуманистические ориентации, интерес к самостоятельному исследованию актуальных проблем.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК – 1	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	Знать: основы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.
		Уметь: осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами.
		Владеть: навыками проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.
ПК-2	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: особенности реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.
		Уметь: реализовывать коммуникационные кампании, проекты и мероприятия.
		Владеть: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

3. Организационно-методические данные дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8зач.ед. (288 часов), их распределение по видам работ и по семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 2

Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	зач. ед.	час.	По семестрам	
			№ 5	№ 6
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	8	288	108	180
Контактная работа	3,3	114	50	64
в том числе:				
Лекции (Л)/ в том числе в интерактивной форме		48	16/4	32
Практические занятия (ПЗ) /в том числе в интерактивной форме		66	34/10	32
Семинары (С)/ в том числе в интерактивной форме				
Лабораторные работы (ЛР) / в том числе в интерактивной форме				
Самостоятельная работа (СРС)	3,7	134	58	80
в том числе:				
самостоятельное изучение тем и разделов		54	36	18
самоподготовка к текущему контролю знаний		39	13	62
подготовка к зачету		9	9	
Подготовка и сдача экзамена	1	36		36
Вид контроля:			Зачет	Экзамен

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)
		Л	ЛЗ/ПЗ/С	
Модуль 1. Методологические аспекты организации отделов рекламы и связей с общественностью	108	16	34	58
Модульная единица 1. Функционально-организационные принципы построения отделов рекламы и связей с общественностью	60	8	16	36
Модульная единица 2. Основные направления деятельности отдела по связям с общественностью	48	8	18	22
Модуль 2. Реклама и PR в системе корпоративного управления	144	32	32	80
Модульная единица 1. Планирова-	72	16	16	40

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)
		Л	ЛЗ/ПЗ/С	
ние работы отделов рекламы и связей с общественностью				
Модульная единица 2. Роль отделов рекламы и связей с общественностью в реализации общекорпоративной стратегии	72	16	16	40
ИТОГО:	252	48	66	138
Экзамен	36			36
ВСЕГО:	288	48	66	138

4.2. Содержание модулей дисциплины

Семестр 5

МОДУЛЬ 1. Методологические аспекты организации отделов рекламы и связей с общественностью

Модульная единица 1. Функционально-организационные принципы построения отделов рекламы и связей с общественностью:

- целесообразность, функции и задачи подразделения в структуре предприятия;
- структура и виды отделов рекламы и связей с общественностью;
- регламентация работы отделов рекламы и связей с общественностью;
- правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;
- материально-техническое и кадровое обеспечение работы отделов рекламы и связи с общественностью.

Модульная единица 2. Основные направления деятельности отдела по связям с общественностью:

- исследовательский сегмент работы отделов рекламы и связей с общественностью;
- творческий сегмент работы отделов рекламы и связей с общественностью;
- аналитический сегмент работы отделов рекламы и связей с общественностью.

Семестр 6

МОДУЛЬ 2. Реклама и PR в системе корпоративного управления

Модульная единица 1. Планирование работы отделов рекламы и связей с общественностью:

- организация рабочего места сотрудника отделов рекламы и связей с общественностью;
- внутрикорпоративные коммуникации и отношения с персоналом;
- основные виды корпоративных рекламных и PR-программ и планов, расчет корпоративного PR-бюджета;

Модульная единица 2. Роль отделов рекламы и связей с общественностью в реализации общекорпоративной стратегии:

- комментирование и интерпретация корпоративной политики;
- управление кризисом;
- коммуникативная среда отделов рекламы и связей с общественностью;
- способы оценки эффективной работы отделов рекламы и связей с общественностью.

4.3. Лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид ¹ контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	5 семестр			
	Модуль 1. Методологические аспекты организации отделов рекламы и связей с общественностью		Зачет	16
	Модульная единица 1. Функционально-организационные принципы построения отделов рекламы и связей с общественностью	Лекция № 1. Целесообразность, функции и задачи подразделения в структуре предприятия.	Коллоквиум	2
		Лекция № 2. Структура отделов рекламы и связей с общественностью.		2
		Лекция № 3. Регламентация работы отделов рекламы и связей с общественностью.		2
		Лекция № 4. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.		1
		Лекция № 5. Материально-техническое и кадровое обеспечение работы отделов рекламы и связи с общественностью.		1
	Модульная единица 2. Основные направления деятельности отдела по связям с общественностью	Лекция № 1. Исследовательский сегмент работы отделов рекламы и связей с общественностью.	Коллоквиум	2
		Лекция № 2. Творческий сегмент работы отделов рекламы и связей с общественностью.		2
		Лекция № 3. Аналитический сегмент работы отделов рекламы и связей с общественностью.		4

¹Вид мероприятия: тестирование, коллоквиум, зачет, экзамен, другое

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид ¹ контрольного мероприятия	Кол-во часов
6 семестр				
2.	Модуль 2. Реклама и PR в системе корпоративного управления		Экзамен	32
	Модульная единица 1. Планирование работы отделов рекламы и связей с общественностью	Лекция № 1. Организация рабочего места сотрудника отделов рекламы и связей с общественностью.	Коллоквиум	4
		Лекция № 2. Внутрикorporативные коммуникации и отношения с персоналом.		4
		Лекция № 3. Основные виды корпоративных рекламных и PR-программ и планов, расчет корпоративного PR-бюджета.		8
	Модульная единица 2. Роль отделов рекламы и связей с общественностью в реализации общекорпоративной стратегии	Лекция № 1. Комментирование и интерпретация корпоративной политики.	Коллоквиум	4
		Лекция № 2. Управление кризисом.		4
		Лекция № 3. Коммуникативная среда отделов рекламы и связей с общественностью.		4
		Лекция № 4. Способы оценки эффективной работы отделов рекламы и связей с общественностью.		4
	ИТОГО		Зачет, экзамен	48

Таблица 5

Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема занятия	Вид ² контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	5 семестр			
	Модуль 1. Методологические аспекты организации отделов рекламы и связей с общественностью		Зачет	34
	Модульная единица 1. Функционально-организационные принципы построения отделов рекламы и связей с общественностью	Занятие № 1. Целесообразность, функции и задачи подразделения в структуре предприятия.	Keys-study	4
		Занятие № 2. Структура отделов рекламы и связей с общественностью.	Деловая игра	4
		Занятие № 3. Регламентация работы отделов рекламы и связей с общественностью.		4
		Занятие № 4. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.		2
		Занятие № 5. Материально-техническое и кадровое обеспечение работы отделов рекламы и связи с общественностью.		2
	Модульная единица 2. Основные направления деятельности отдела по связям с общественностью	Занятие № 1. Исследовательский сегмент работы отделов рекламы и связей с общественностью.	Keys-study	6
		Занятие № 2. Творческий сегмент работы отделов рекламы и связей с общественностью.		6
		Занятие № 3. Аналитический сегмент работы отделов рекламы и связей с общественностью.		6
2.	6 семестр			
	Модуль 2. Реклама и PR в системе корпоративного управления		Экзамен	32
	Модульная единица 1. Планирование работы отделов рекламы и связей с общественностью	Занятие №1. Организация рабочего места сотрудника отделов рекламы и связей с общественностью.	Деловая игра	4
		Занятие № 2. Внутрикorporативные коммуникации		4

²Вид мероприятия: тестирование, коллоквиум, зачет, экзамен, другое

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема занятия	Вид ² контрольного мероприятия	Кол-во часов
		и отношения с персоналом.		
		Занятие № 3. Основные виды корпоративных рекламных и PR-программ и планов, расчет корпоративного PR-бюджета.		8
	Модульная единица 2. Роль отделов рекламы и связей с общественностью в реализации общекорпоративной стратегии	Занятие № 1. Комментирование и интерпретация корпоративной политики.	Keys-study	4
		Занятие № 2. Управление кризисом.		4
		Занятие № 3. Коммуникативная среда отделов рекламы и связей с общественностью.		4
		Занятие № 4. Способы оценки эффективной работы отделов рекламы и связей с общественностью.		4
	ИТОГО:		Зачет, экзамен	66

4.4. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний.

Самостоятельная работа студентов (СРС) организуется с целью развития навыков работы с учебной и научной литературой, выработки способности вести научно-исследовательскую работу, а также для систематического изучения дисциплины.

Применяются следующие формы организации самостоятельной работы:

- организация и использование электронного курса дисциплины, размещенного на платформе LMS Moodle для СРС.
- работа над теоретическим материалом, прочитанным на лекциях;
- самостоятельное изучение отдельных разделов дисциплины;
- подготовка к практическим занятиям;
- самотестирование по контрольным вопросам (тестам);

4.4.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Таблица 6

Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
1. 5 семестр			36
Модуль 1. Методологические аспекты организации отделов рекламы и связей с общественностью			
	Модульная единица 1. Функционально-организационные принципы построения отделов рекламы и связей с общественностью	1. История создания отделов рекламы и PR	6
		2. Правовые основы профессиональной деятельности специалистов рекламы и PR	6
		3. Афинский и Лиссабонский кодексы IPRA, Римская Хартия ICCO и АКOC, Кодекс профессиональных стандартов PRSA, Декларация этических принципов PACO	6
		4. Роль регламентации трудовых функций служащих различных категорий для формирования единых стандартов подбора персонала	6
	Модульная единица 2. Основные направления деятельности отдела по связям с общественностью	1. Разработчики, распространители, потребители PR-продукции	4
		2. Основные виды информационных, служебных, имиджевых, онлайн-документов в связях с общественностью	4
		3. Пресс-клиппинг как PR - технология	2
		4. Технологии формирования открытой информационной политики организации.	2
Самоподготовка к текущему контролю знаний			13
Подготовка к зачету			9
Итого:			58
2. 6 семестр			18
Модуль 2. Реклама и PR в системе корпоративного управления			
	Модульная единица 1. Планирование работы отделов рекламы и связей с общественностью	1. Типичный день PR-мена	2
		2. Корпоративный имидж и PR первых лиц	2
		3. Компьютерная технология и современная оргтехника как фактор эффективности ПР	2
	Модульная единица 2. Роль отделов рекламы и связей с общественностью в реализации общекорпоративной стратегии	1. Внутрикorporативные коммуникации: Intranet и Extranet	2
		2. Система подбора и найма PR-агентств и консалтинговых фирм для реализации корпоративной стратегии. Тендерные конкурсы	2
		3. Инструменты кризисного и посткризисного реагирования	2
		4. Направления антикризисной стратегии	2
		5. Планирование посткризисным позициониро-	4

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
		ванием организации	
		самоподготовка к текущему контролю знаний	62
Итого:			80
Всего:			138

4.4.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы

Таблица 7

№ п/п	Темы курсовых проектов (работ)	Рекомендуемая литература (номер источника в соответствии с прилагаемым списком)
1	Практические особенности функционирования отделов рекламы и связей с общественностью в современных организациях.	1,3
2.	Целесообразность аутсорсинга PR – функций	1,2
3.	Оценка эффективности ПР - деятельности	2
4.	Разработка бюджета работы отдела рекламы и связей с общественностью и отдельных проектов	2,3
5.	Анализ организационной деятельности отдела рекламы и связей с общественностью	2
6.	Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью на примере конкретного предприятия	2,3
7.	Оценка эффективности внутрикорпоративного PR	1,3
8.	Особенности использования фирменного стиля на примерах российских компаний	2
9.	Анализ специфики отношений с государственными структурами (gavermentrelations)	1
10.	PR-кампании для решения корпоративных задач. Анализ практики российских кампаний	3

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ЛПЗ	СРС	Вид контроля
ПК-1	М1,2	М1,2	М1,2	Зачет
ПК-2	М1,2	М1,2	М1,2	Экзамен

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Карта обеспеченности литературой

Таблица 9

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Логистика и маркетинг в АПК

Направление подготовки (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

Вид занятия	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество экз. в вузе
					Печ	Электр	Библ	Каф		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
Основная										
	Теория и практика массовой информации	А.Г. Киселев	М. : «КноРус»	2016	+		+			5
	Основы рекламы	Г.А. Васильев, В.А. Поляков	М. : Вузовский учебник	2009	+		+			15
	Маркетинговые коммуникации	Е.Н. Голубкова	М. : «Финпресс»	2003	+		+			14
	Прикладной маркетинг	Н.А. Нагапетьянц	М. : Юнити	2000	+		+			26
	Рекламная деятельность	О.Н. Жильцова	М. : Маркетинг, М. :Юрайт	2019		+				http://biblionline.ru/bcode/433656
	Маркетинг	М.Н. Григорьев	М. :Юрайт	2012	+		+			12
Дополнительная										

Технология рекламы и PR	Б.Л. Борисов	М. : ФАИР-ПРЕСС	2001	+	+	3
Связи с общественностью	О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2018	+	+	https://biblionline.ru/bcode/41380 2
Теория и практика связей с общественностью	С.М. Емельянов	М. : Юрайт	2018	+	+	https://biblionline.ru/bcode/41542 7
Реклама: теория и практика	Л.Н. Федотова	М. : Юрайт	2018	+	+	https://urait.ru/bcode/413192
Реклама и связи с общественностью	И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2019	+	+	https://urait.ru/bcode/425190
Основы интегрированных коммуникаций	В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед	М. : Юрайт	2019	+	+	https://biblionline.ru/bcode/42590 6
Маркетинговые исследования	Д.В. Тгорин	М. : Юрайт	2019	+	+	https://biblionline.ru/bcode/42584 4
Брендинг	И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин	М. : Юрайт	2019	+	+	https://biblionline.ru/bcode/42586 8
Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг	М.А. Николаева	Екатеринбург: УрГПУ	2017	+	+	https://e.lanbook.com/book/159004

Директор Научной библиотеки




6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)

1. Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ на платформе LMS Moodle – Режим доступа: <https://e.kgau.ru/>
2. Научная библиотека Красноярский ГАУ – Режим доступа: <http://www.kgau.ru/new/biblioteka/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>
4. СПС «Консультант Плюс» – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
5. Электронно-библиотечная система «Лань» – Режим доступа: <https://e.lanbook.com>
6. Электронная библиотечная система «Юрайт» – Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/>
7. «Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия», - Раздел «Техника/ Компьютеры и Интернет» – Режим доступа: <https://megabook.ru/>

Информационно- поисковые системы:

- Google – Режим доступа: <http://www.google.com>
- Yandex – Режим доступа: <http://www.yandex.ru>
- Rambler – Режим доступа: <http://www.rambler.ru>

6.3. Программное обеспечение

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Программа для обработки растровой графики Photoshop Extended (Лицензия от №9093867 18.08.2011).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций

Текущая аттестация бакалавров производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем, ведущими лекционные и практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- коллоквиум;
- keys-study;
- деловая игра.

Промежуточная аттестация по результатам 5 семестра по дисциплине проходит в форме зачета, по результатам 6 семестра – в форме экзамена.

**Рейтинг – план дисциплины
«Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»**

	Модули	Часы	Баллы
5 семестр			
1	Модуль № 1	108	80
	Зачет	-	20
	Итого	108	100
6 семестр			
1	Модуль № 2	144	60
	Экзамен	-	40
	Итого	144	100

Распределение баллов по модулям

№	Модули	Баллы по видам работ					Итого
		Коллоквиум	Keis-stadi	Деловая игра	Зачет	Экзамен	
1	Модуль № 1	20	25	35	-	-	80
	Зачет	-	-	-	20	-	20
	Итого	20	25	35	20	-	100
2	Модуль № 2	40	-	40	-	-	80
	Экзамен	-	-	-	-	20	20
	Итого	40	-	40	-	20	100

Задания по всем видам текущей работы и промежуточной аттестации, а также критерии оценивания приведены в ФОС по дисциплине «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью».

Промежуточный контроль по результатам 5 семестра по дисциплине «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» – **зачёт** - проходит в форме выполнения итогового контрольного тестирования.

Студенту, набравшему 65 баллов по результатам текущей работы, зачет выставляется автоматически.

Студенты, не набравшие данное количество баллов, выполняют итоговую контрольную работу, проводимую в ЭИОС «Moodle».

Оценивание итогового тестирования осуществляется по следующим критериям:

Обучающийся, давший правильные ответы 87-100% тестирующих материалов (1-5 ошибок), получает максимальное количество баллов – 20.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 73-86% тестирующих материалов (6-10 ошибок), получает 15 баллов.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 60-72% (11-15 ошибок) тестирующих материалов, получает 10 баллов.

Баллы, полученные на итоговом тестировании, суммируются с баллами, полученными в течение семестра на текущей аттестации, и выводится итоговый результат по зачёту по следующим критериям:

65 баллов и выше - «зачтено».

Менее 65 баллов – «не зачтено».

Промежуточный контроль по результатам 6 семестра по дисциплине «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» – **КП и экзамен** - проходит в форме выполнения итогового контрольного тестирования.

Для допуска к промежуточному контролю студент должен набрать необходимое количество баллов по итогам текущей аттестации – **40-80** баллов.

Оценивание итогового тестирования осуществляется по следующим критериям:

Обучающийся, давший правильные ответы 87-100% тестирующих материалов (1-5 ошибок), получает максимальное количество баллов – 20.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 73-86% тестирующих материалов (6-10 ошибок), получает 15 баллов.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 60-72% (11-15 ошибок) тестирующих материалов, получает 10 баллов.

Баллы, полученные на итоговом тестировании, суммируются с баллами, полученными в течение семестра на текущей аттестации, и выводится итоговая оценка по дифференцированному зачёту по следующим критериям:

60 – 73 – минимальное количество баллов – оценка «удовлетворительно».

74 – 86 – среднее количество баллов – оценка «хорошо».

87 – 100 – максимальное количество баллов – оценка «отлично».

Обучающийся, не сдавший зачёт (экзамен), приходит на пересдачу в сроки в соответствии с графиком ликвидации академических задолженностей: http://www.kgau.ru/new/news/news/2017/grafik_lz.pdf.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Компьютерный класс 2-17 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Учебная аудитория 4-26 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой 44 «И»).

Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, общая локальная компьютерная сеть Internet, 11 компьютеров на базе процессора Intel Core i3 в комплектации с монитором Samsung и др. внешними периферийными устройствами, комплект мультимедийного оборудования: ноутбук Acer Aspire 5, переносной экран на треноге Medium Professional, переносной проектор Epson EB-X8 2500 со встроенными динамиками.

Программное обеспечение

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Программа для обработки растровой графики Photoshop Extended (Лицензия от №9093867 18.08.2011).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

9.1 Методические указания по дисциплине для обучающихся

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной поточно-групповой системы обучения. При поточно –групповой системе обучения последовательность изучения учебно-образовательных модулей определяется его номером. При этом обучение рекомендуется в течение двух семестров: для бакалавров – 5,6 семестры.

На кафедре внедрена кредитно-модульная система обучения. При введении кредитно-модульной системы обучения сформирован учебный план таким образом, чтобы он обеспечивал возможность изучения отдельных модулей в различные расширенные временные интервалы и различной последовательности.

Бакалавры перед изучением дисциплин должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценкой.

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях в завершающей части учебного курса. Выбор формы проведения практических занятий проводится преподавателем и может включать:

- имитационные занятия;
- решение ситуационных задач (кейс-стади);
- применение проектного метода;
- круглые столы;
- научно-практические конференции.

9.2 Методические указания по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - 1.1. размещение в доступных для обучающихся местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;
 - 1.2. присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
 - 1.3. выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья послушу:
 - 2.1. надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;
3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:
 - 3.1. возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в одной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории студентов	Формы
С нарушением слуха	<ul style="list-style-type: none">• в печатной форме;• в форме электронного документа;
С нарушением зрения	<ul style="list-style-type: none">• в печатной форме увеличенным шрифтом;• в форме электронного документа;• в форме аудиофайла;
С нарушением опорно-двигательного аппарата	<ul style="list-style-type: none">• в печатной форме;• в форме электронного документа;• в форме аудиофайла.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

Программу разработала:

Бордаченко Н.С. ст.преподаватель

_____ (подпись)

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу дисциплины
«Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»
для направления подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)»

Рабочая программа дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)» составлена в соответствии с Федеральным государственным стандартом ВО.

В программе определены цели и задачи учебной дисциплины, перечень тем и разделов, которые должны изучить студенты, а также основные требования к уровню подготовки и объему знаний, которым должны обладать студенты по каждой из перечисленных тем.

Согласно программе, основной целью курса является формирование фундаментальной компетентности студентов в области организации работы отделов рекламы и PR и практической готовности к осуществлению профессиональных функций в сфере рекламы и связей с общественностью. Программа отвечает современным требованиям к осуществлению проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами.

Программа предусматривает разноуровневое обучение и отражает индивидуальный подход к обучающимся, содержит все необходимые темы, обеспечивающие требования к качественной подготовке учащихся.

В программе четко определены модули и темы, содержание учебного материала, а также знания, умения и навыки, которыми должен овладеть студент, отображено распределение учебных часов по модулям учебной дисциплины.

Содержание программы соответствует государственным требованиям к содержанию и уровню подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)», и может быть рекомендована для использования в высших учебных заведениях.

Рецензент:

Главный редактор
журнала «Агро-Сибирь»



Анисимова О.И.